



# Marktprämienmodell versus EEG-Umlagen Verringerung

Berliner Energietage, 25.05.2012

Oliver Hummel, Vorstand NATURSTROM AG

# Inhalt



**1. Grundlagen**

**2. Vergleich Marktprämie - §39 EEG**

**3. Beispiel naturstrom**



# 1. Grundlagen

# System- und Marktintegration: Warum überhaupt?

## Problemstellung:

- Wachsender Anteil der Erneuerbaren Energien
- Starke Schwankungen der Erzeugung
- Bisher kein Anreiz zur Steuerung der Erzeugung

## Lösungsansätze:

- Ausbau nationaler und internationaler Netze  
-> bessere Verteilung
- Ausbau der Speichermöglichkeiten  
-> bessere Speicherung
- Direktvermarktung  
-> bessere Steuerung

# EEG 2012: Es gibt drei Formen der Direktvermarktung

2011: §17 und §37 EEG

2012: § 33b Formen der Direktvermarktung:  
Eine Direktvermarktung nach § 33a kann in den folgenden Formen erfolgen:

1. **Marktprämie** nach § 33g oder
2. Grünstromprivileg nach **§ 39**
3. als **sonstige Direktvermarktung**  
evtl. in räumlicher Nähe.



# EEG-Novelle 2012 macht Direktvermarktung nach **Grünstromprivileg** - §39 EEG - deutlich unattraktiver

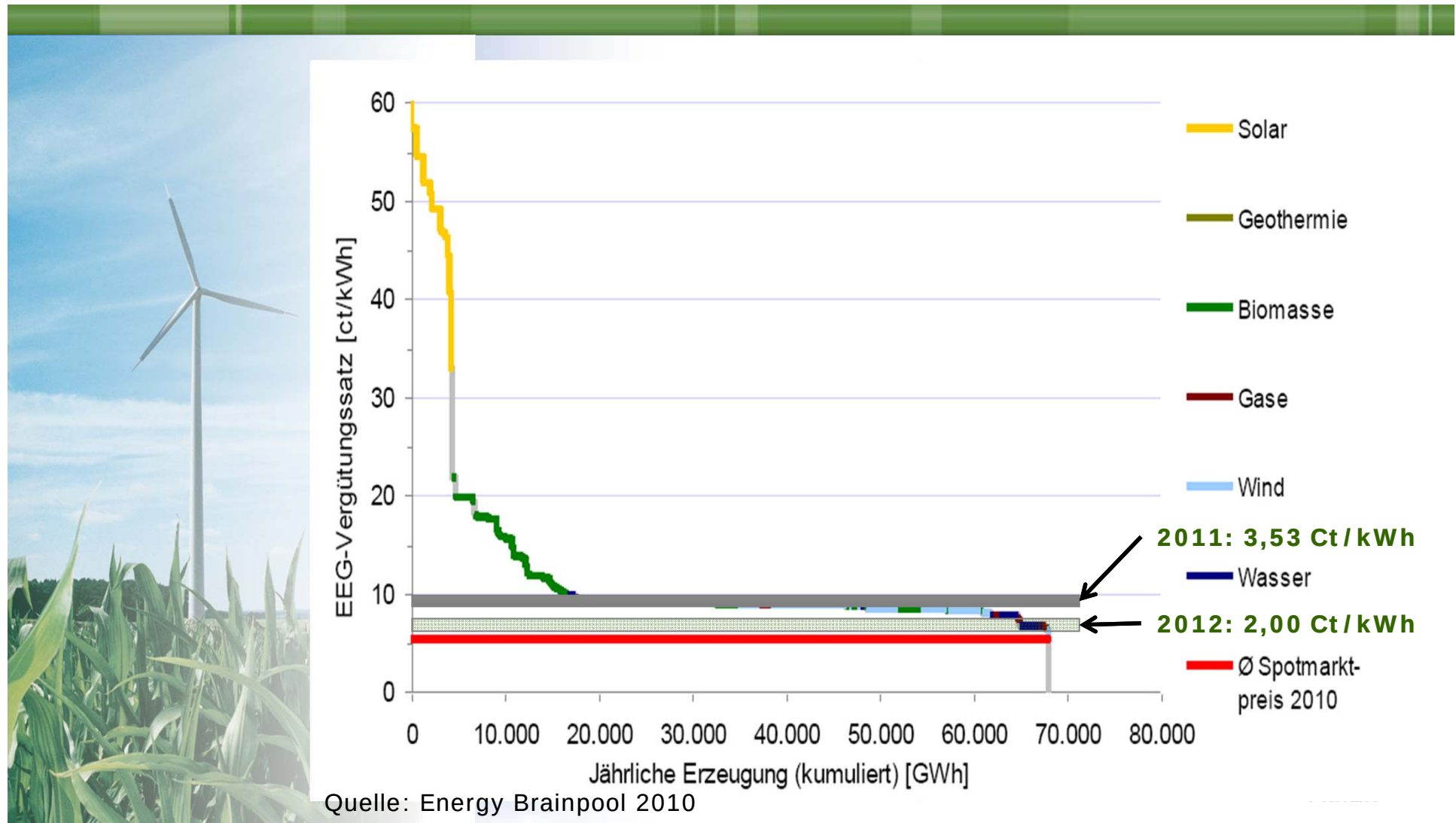
EEG 2009

- 50% EEG-Strom im Jahr
- **Komplette EEG-Befreiung**

EEG 2012

- 50% EEG-Strom und 20% fluktuierender EEG-Strom in mind. **8 Monaten** und im Gesamtjahr
- EEG-Befreiung bis zu **max. 2 Ct/kWh**
- Nur noch der Strom, den die Kunden zeitgleich benötigen
- Keine vermiedenen Netzentgelte mehr

# Das **Grünstromprivileg** stellt 2012 keine attraktive Vermarktungsform mehr dar



# Neu im EEG 2012: Die **Marktprämie** als bevorzugte Form der Direktvermarktung



§39 {

- Strom **behält** Ökostrom-Eigenschaft
- Möglich für **marktnahe EEG-Anlagen**
- Interessant bes. für Ökostromhändler

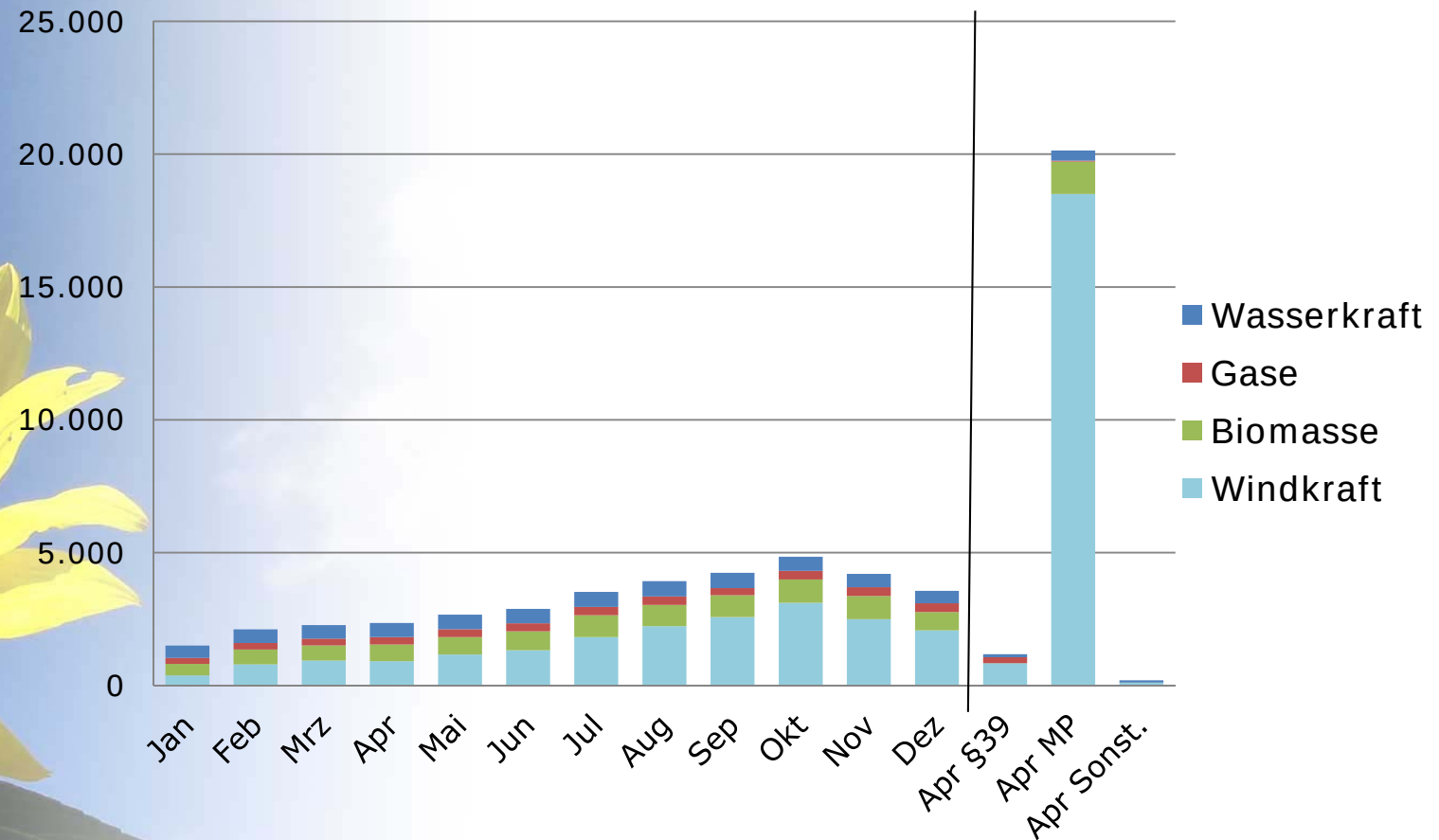
Markt-  
prämie {

- Strom **verliert** Ökostrom-Eigenschaft
- Möglich für **alle EEG-Anlagen**
- Interessant für viele Akteure, bes. große Handelsunternehmen



# Die Marktprämie stellte den Löwenanteil in beiden **Formen** der **Direktvermarktung**

Direktvermarktung von EEG-Anlagen 2011 / 2012 (MW)



Quelle: ÜNB, Januar 2012



## **2. Vergleich Marktprämie – Grünstromprivileg**

# Optimierungschancen bei **Grünstromprivileg** und **Marktprämie** sind fast gleich

## 1) Erzeuger:

Verschiebung der Stromerzeugung

Bei Grünstromprivileg auch Anpassung des Bedarfs

## 2) Händler:

Reduktion der Kosten

- Prognosen,
- Ist-Werte,
- Abrechnung,
- IT-Infrastruktur,
- Regelleistung,
- Abschaltung bei negativen Preisen
- etc.

## Vorteil der Marktprämie ist ihre Gültigkeit für alle Anlagen

- Die Prämie ist momentan für alle fluktuierenden EEG-Anlagen interessant
- Durch erheblichen Anteil der in die Marktprämie wechselnden EEG-Anlagen erhält das Thema politisches und wirtschaftliches Gewicht

**Beschleunigung der Entwicklungen im Mess- und Prognosewesen sowie bei der Prozessautomatisierung**

## Nachteil der Marktprämie sind ihre nicht zielführende Ausgestaltung und ihre Mitnahmeeffekte

- Managementprämie:
  - steuerbare EE: 0,3 Cent/kWh
  - nicht-steuerbare EE: 1,2 Cent/kWh
- Nicht-steuerbare profitieren überproportional
- Mitnahmeeffekte auf Kosten des EEG-Systems
- Konkurrenz beider DV-Modelle nur gering

**Die Marktprämie gibt den Mindestmehrerlös bei Grünstromprivileg vor**



## Für alle Beteiligten kann das **Grünstromprivileg Vorteile** bieten



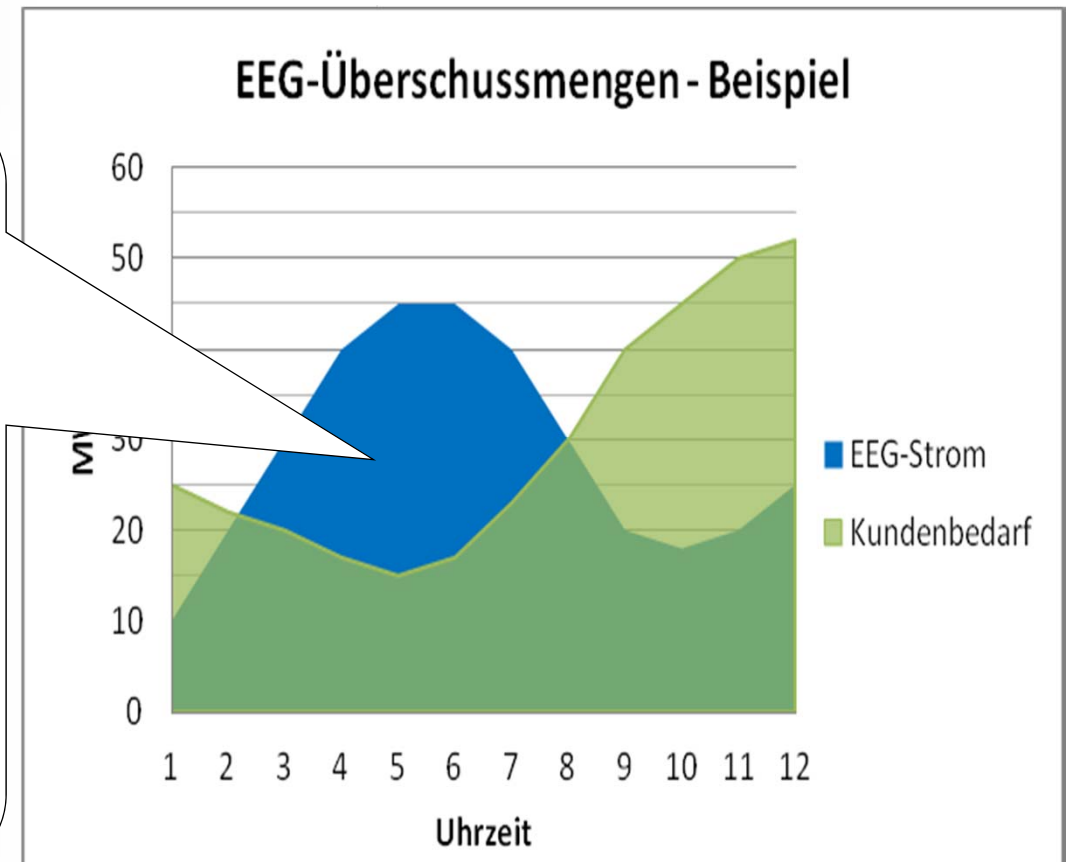
- Für die **Erzeuger**:  
Bei geeigneten Anlagen mit niedriger EEG-Vergütung höhere Mehrerlöse als bei Marktprämie möglich
- Für die **Händler**:  
Dezentrale Stromversorgung aus deutschen kleinen EE-Anlagen möglich -> USP
- Für die **Energiewirtschaft**:  
Starker Anreiz Erzeugung und Strombedarf aufeinander abzustimmen. Startsignal für Demand Side Management, Erzeugungssteuerung etc.

**Sehr sinnvolles Direktvermarktungskonzept, momentan wirtschaftlich zu unattraktiv.  
In momentaner Ausprägung Nischenkonzept.**

## §39 EEG erzeugt einen hohen Anreiz zur Lastverschiebung

§39; 2012: blaue Mengen werden nicht für Anrechnung auf Quote berücksichtigt

Die dunkelblaue EEG-Strommenge ist mit hohen Verlusten für Händler verbunden! Händler kann seine Vorteile an Erzeuger / Kunden weitergeben, wenn diese Erzeugung / Bedarf anpassen.





### **3. Beispiel naturstrom**

# **naturstrom** ist einer der größten Ökostromhändler Deutschlands

- Gegründet 1998 zu Beginn der Strommarkt-liberalisierung
- Über 210.000 Kunden in ganz Deutschland, davon 20.000 Gewerbekunden
- Zertifiziert vom Grünen Strom Label e.V. und TÜV
- Unabhängig von konventionellen Stromkonzernen

## **Das Unternehmensziel: Die Energiewende**

**Eine zukunftsfähige, d.h. ökonomisch und ökologisch nachhaltige Energieversorgung**





## Innovation 1:

### Feste Neuanlagenförderung für echte Veränderungen

- Förderung des Neuanlagen-Baus mit 1,00 Ct/kWh netto
- Neubau von über 200 EE-Anlagen ermöglicht
- Großteil der Ökostromangebote in Deutschland ohne Neuanlagenförderung und Wirkung

**naturstrom sorgt für die Verdrängung von Atom und Kohle – unabhängig von unserem Ergebnis**



Testsieger Beratung



## Bei den **200 Neuanlagen** setzt naturstrom auf einen Mix



## **Innovation 2:**

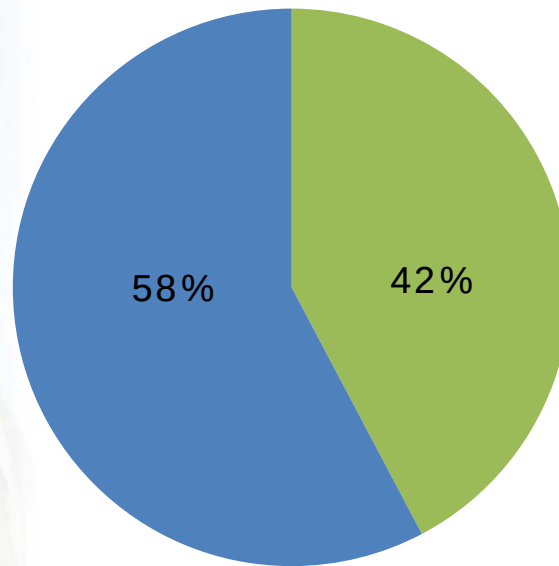
### **Dezentraler Stromeinkauf aus Deutschland**

- seit 2008 als erster Stromhändler mehr als 50% aus deutschen EEG-Anlagen
- kleine und mittlere unabhängige Erzeugungsanlagen
- dezentraler Einkauf: 200 Erzeuger statt 1 Lieferant
- nicht nur Strom aus ausländischer Großwasserkraft

**naturstrom treibt die Marktintegration der Erneuerbaren Energien voran**

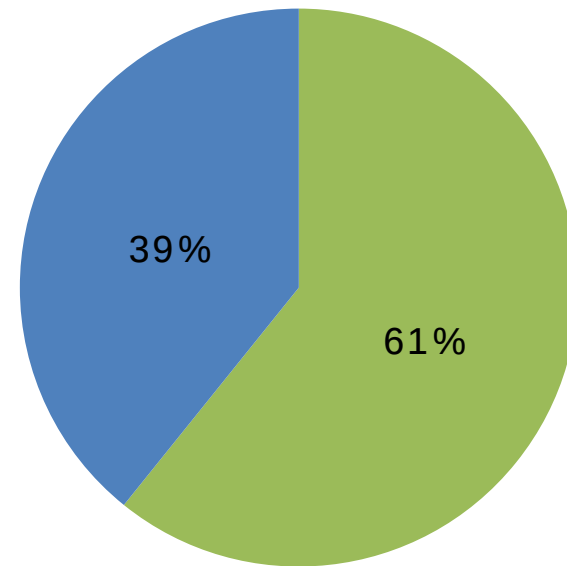
## Sehr hoher **Windkraftanteil** im Strombezug

**Stromherkunft 2011**  
- Quelle -



■ Wind ■ Wasser

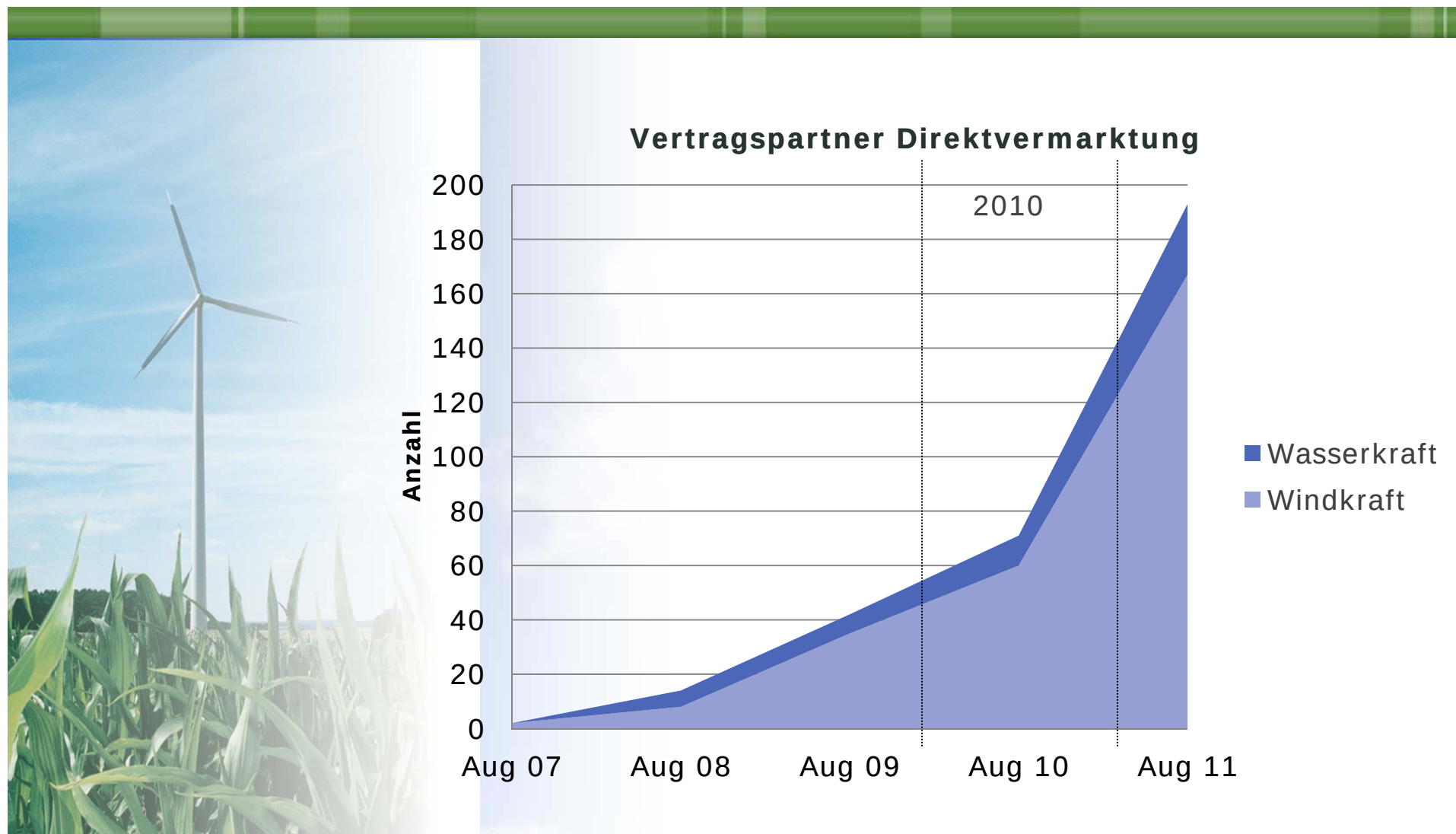
**Stromherkunft 2011**  
- EEG -



■ EEG ■ Nicht EEG



## naturstrom hat eine stetig steigende Zahl **dezentraler Lieferanten** im Grünstromprivileg



## Innovation 3: Ausgleich der Schwankungen der Windkraft

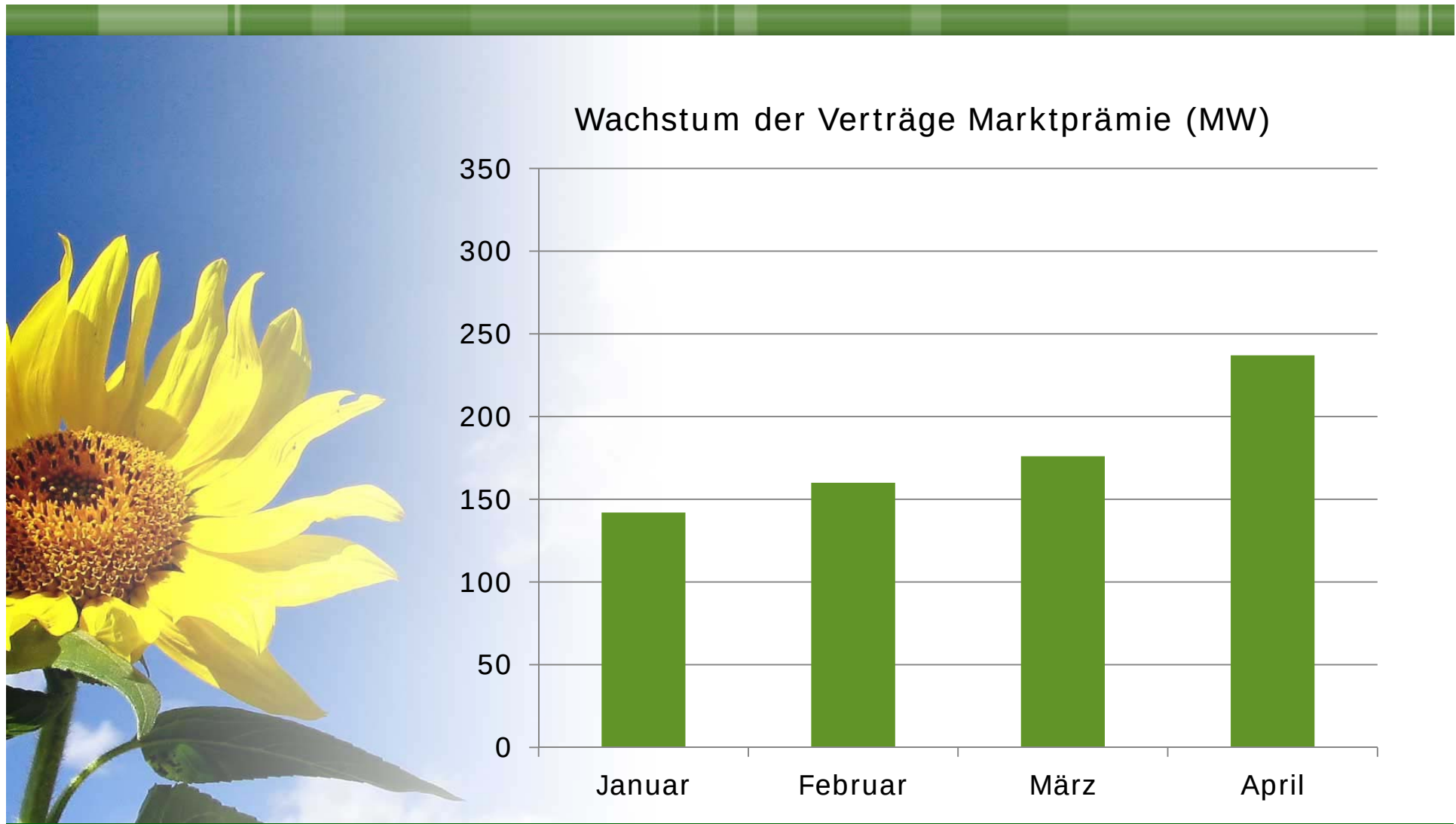


- hoher Anteil stark schwankender Windkraft
- Frage: Was passiert, wenn kein Wind weht?
- Antwort: Wir kaufen Wasserkraftstrom

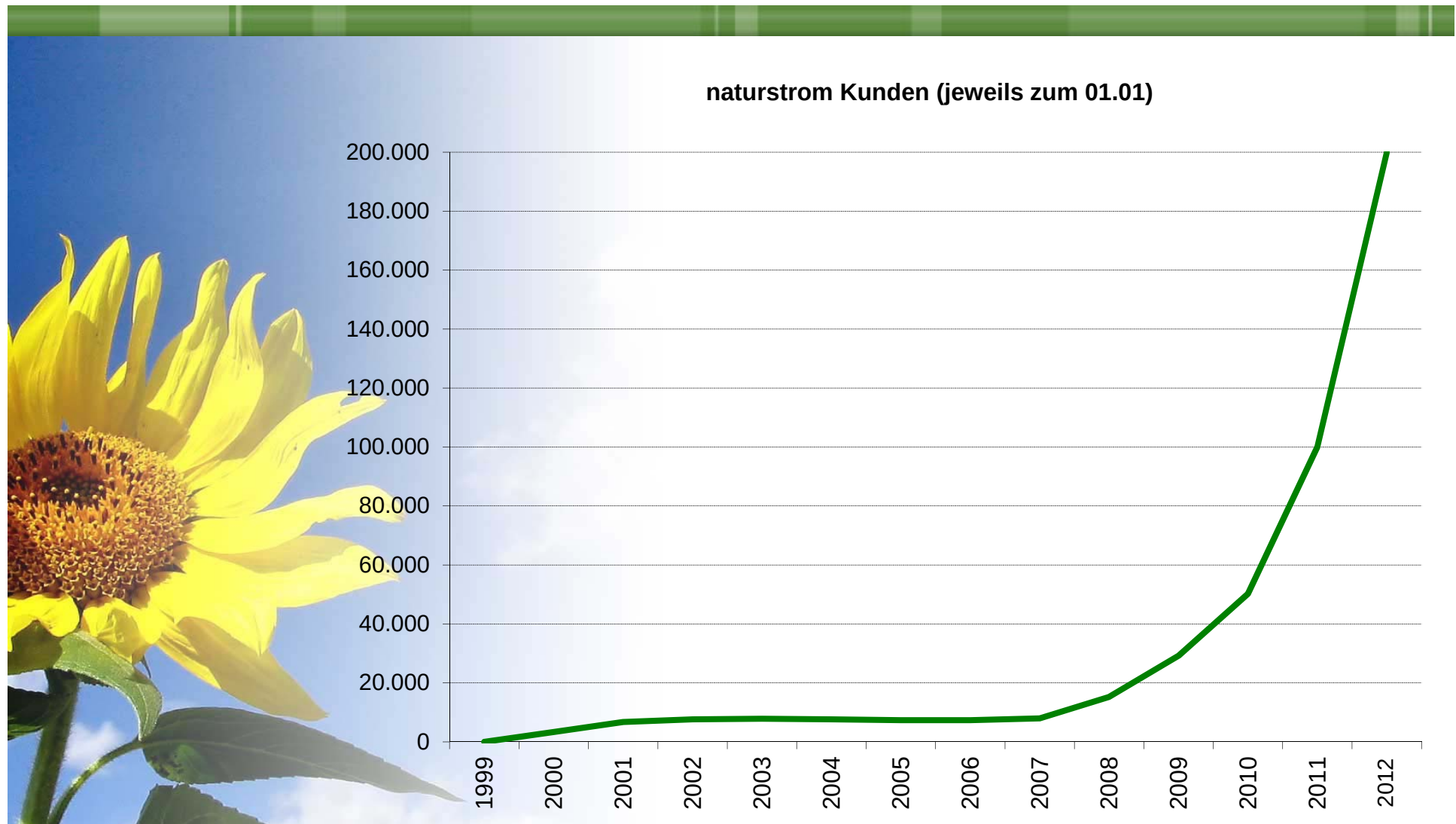
**naturstrom gleicht auch große Wind-Schwankungen mit Wasserkraft aus**



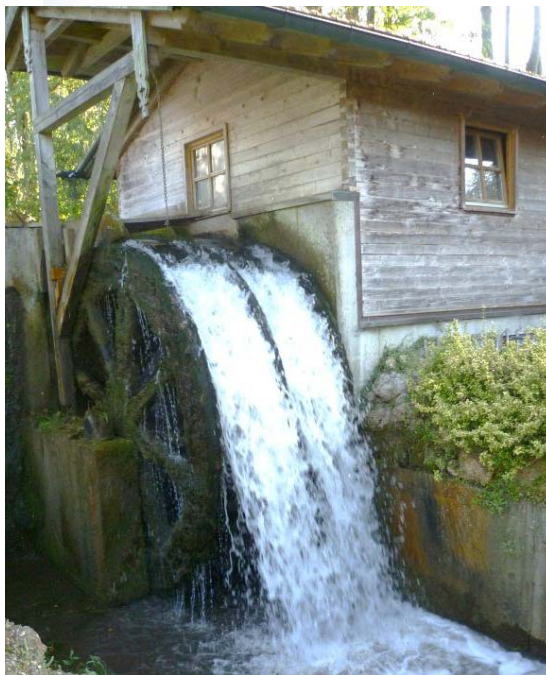
## naturstrom wächst auch im Bereich der **Marktprämie**



# Innovationen in Strombezug und Verkauf sind ein Grund für das **starke Wachstum** von naturstrom



## Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



NATURSTROM AG, Achenbachstraße 43, 40237 Düsseldorf

Kontakt Direktvermarktung: Hr. André Beyer, Tel. 0211-77900-359

